

IL TURISTA ORGANIZZATO ITALIANO DALL'INIZIO DELLA CRISI AD OGGI : I NUOVI COMPORTAMENTI CHE EMERGO.

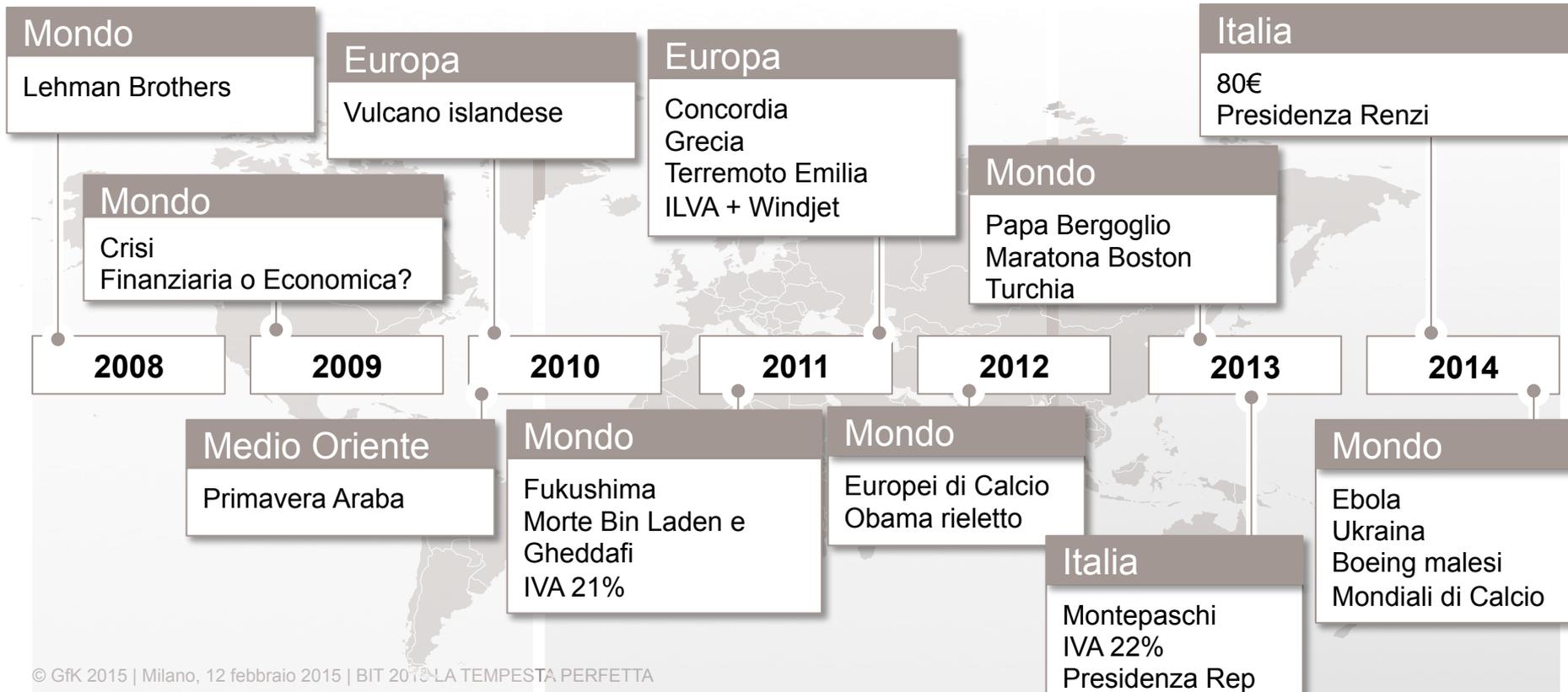
Bit 2015 – La Tempesta Perfetta
12 febbraio 2015

Daniela Mastropasqua
Account Manager GfK Retail and Technology

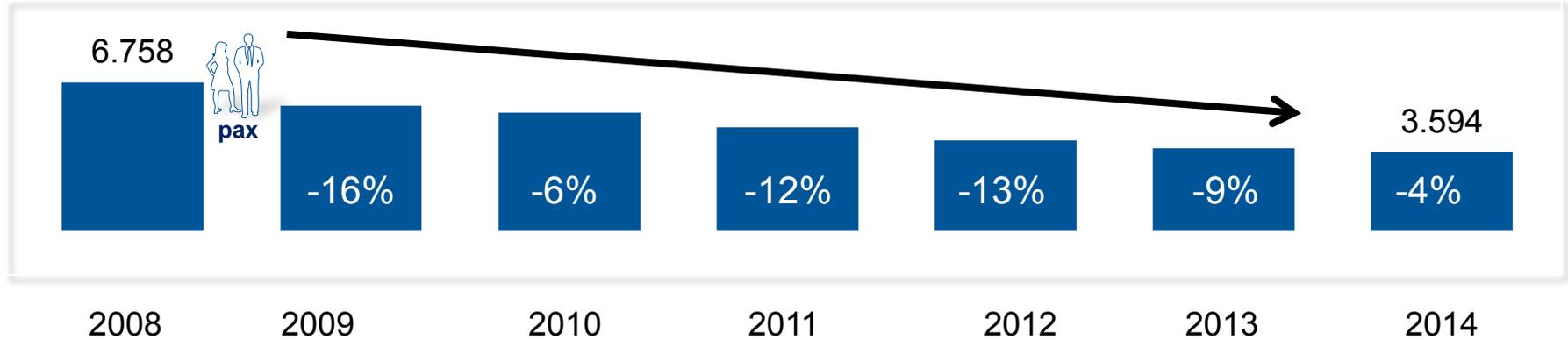




Calendario eventi 2008-2014

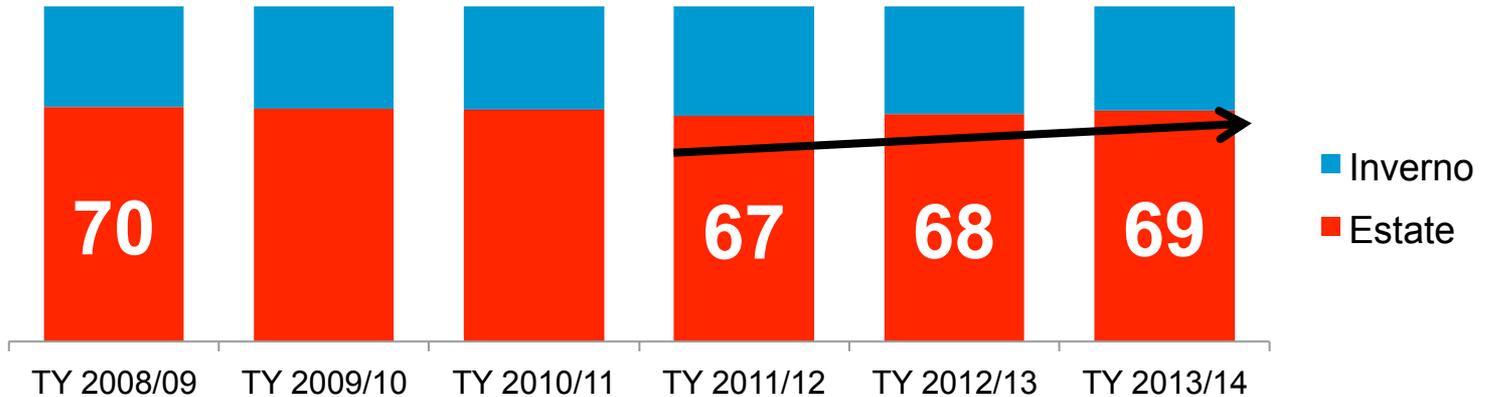


Evoluzione del mercato



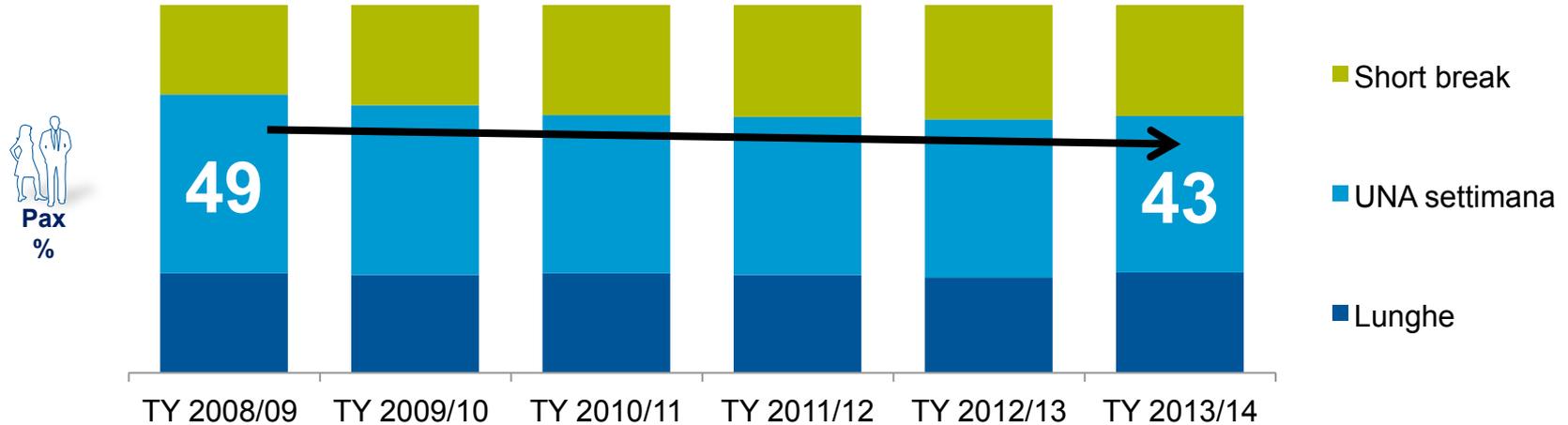
Ma è la crisi economica è comunque il fattore che ha influenzato maggiormente l'evoluzione dei consumi di turismo organizzato di questi ultimi sette anni. La flessione del mercato ha visto calare del **47%** il numero dei passeggeri prenotati.

Mercato – I punti fermi: L' estate



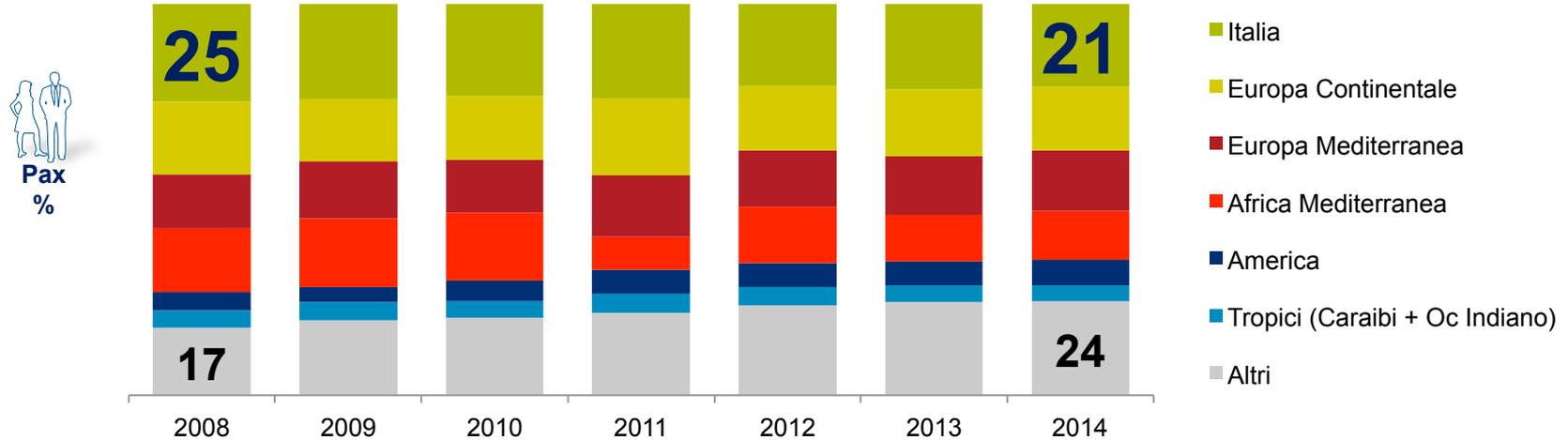
L'estate, dopo il 2012, riconquista share
Ci si concentra su un'unica vacanza?

Mercato – I punti fermi: La Settimana



La vacanza? È di una settimana

Mercato – I punti fermi: La destinazione Italia



La destinazione più acquistata è l'Italia, ma sta perdendo quota confronto alle destinazioni di lungo raggio

Agenda



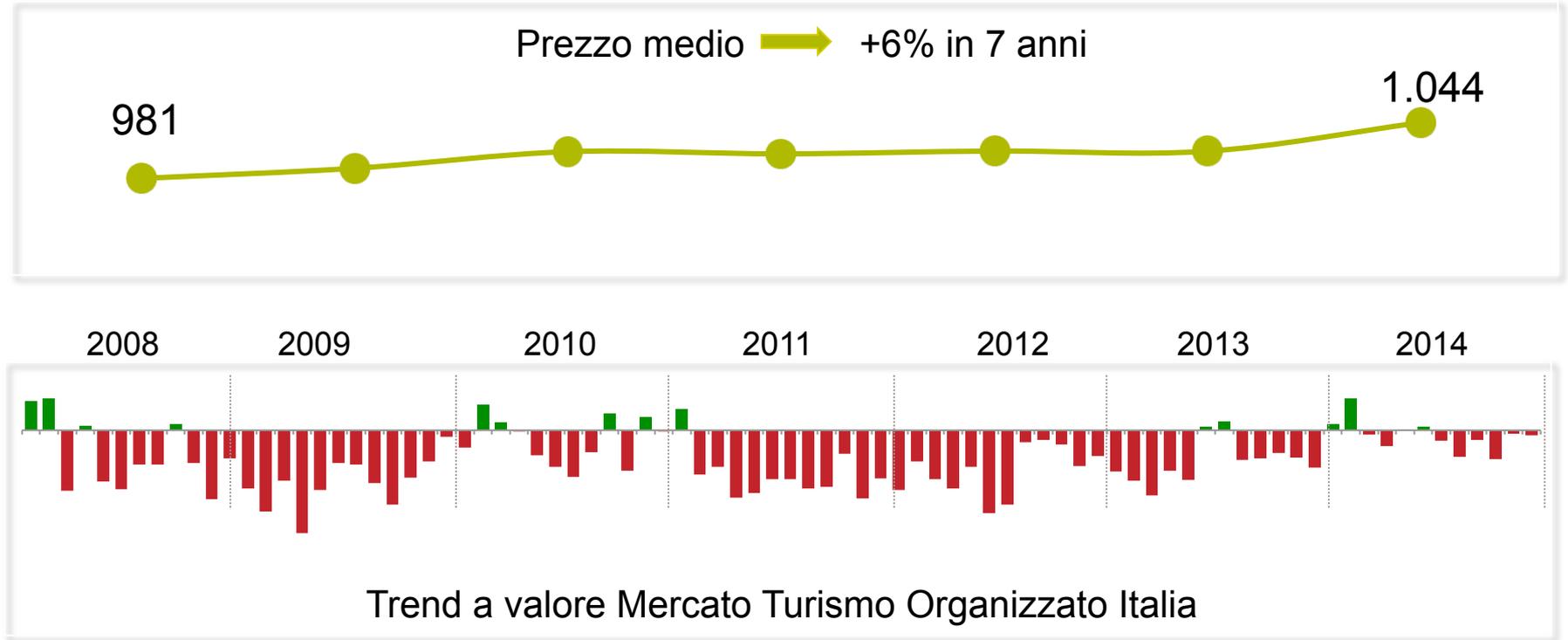
1 Metodologia

2 Evoluzione del mercato

3 Take Outs



Evoluzione del mercato



Highlights

- ✓ Eventi stravolgenti e innovazione rapida hanno caratterizzato questi ultimi sette anni,
- ✓ Ma è la crisi economica il fattore che ha influenzato maggiormente gli acquisti,
- ✓ I punti fermi come stagionalità, durata, destinazioni e prebooking resistono ma iniziano a cedere share,
- ✓ Il consumatore italiano ha cercato di salvaguardare la qualità delle sue vacanze anche investendo maggiormente nel budget.



GfK Travel Insights

GfK

**Il turista organizzato italiano
dall'inizio della crisi ad oggi :
i nuovi comportamenti che emergono.**

BIT 2015 – La Tempesta Perfetta
12 febbraio 2015

GRAZIE PER L'ATTENZIONE!

Daniela Mastropasqua
Account Manager
GfK Retail and Technology